Réseaux sociaux et droit d'expression des salariés

Franck BERGERON → Responsable juridique de l'IFEC

Dans son discours prononcé le 7 décembre dernier devant l'Académie de Stockholm, Patrick Modiano, prix Nobel de Littérature 2014 déclarait que « les réseaux sociaux entament la part d'intimité et de secret qui était encore notre bien jusqu'à une époque récente ».

Pour autant, qu'il s'agisse de réseaux sociaux professionnels comme Linkedin ou Viadeo notamment, ou de réseaux où se multiplient des profils plus personnels comme Facebook, voire des réseaux où sont échangés des billets d'humeur comme Twitter, ne faut-il pas voir dans l'engouement que suscitent ces nouveaux modes de communication, une forme originale d'expression de la pensée avec ses codes et ses usages ? Les réseaux ont profondément modifié les méthodes de recrutement et les techniques de marketing. Ils font partie intégrante de la stratégie de communication des entreprises, au risque sans doute d'une surexposition, voire d'une banalisation de celles-ci, mais plus que jamais, le respect de l'image de l'entreprise dans la communauté des utilisateurs constitue un enjeu d'importance. C'est le règne des Community Manager et de l'e-réputation.

« Véritables places publiques virtuelles, ces espaces de dialogue peuvent également nuire à l'image de l'entreprise. »

Aussi, très logiquement, les entreprises n'hésitent pas à prendre des mesures disciplinaires, voire à procéder à des licenciements pour faute lorsque des collaborateurs utilisent les réseaux sociaux comme des défouloirs, publient sur "leur mur" des critiques ouvertes à l'égard de la direction ou fustigent tel comportement de leurs clients. Véritables places publiques virtuelles, ces espaces de dialogue peuvent également nuire à l'image de l'entreprise mentionnée comme dernier employeur dans le profil de l'utilisateur lorsque des propos ou des comportements peu glorieux demeurent figés sur la page personnelle de ce dernier et sont accessibles au plus grand nombre.

Ces questions sont délicates puisqu'elles touchent à l'intime, à la liberté d'opinion et d'expression, même si la qualité des contributions n'est pas toujours au rendez-vous. En outre, il est parfois difficile, voire impossible de s'affranchir de tout jugement subjectif sur telle ou telle publication.

Pour autant, le traitement de la liberté d'expression des salariés en dehors de l'entreprise n'est pas vraiment une nouveauté. Certes, les réseaux sociaux ont contribué à renouveler la jurisprudence sur la délimitation de l'espace public et de l'espace privé d'expression, et ils doivent désormais conduire les entreprises à encadrer ces nouvelles pratiques de communication avec les salariés.

LES RÉSEAUX SOCIAUX : ESPACE PUBLIC OU ESPACE PRIVÉ D'EXPRESSION ?

Sur les réseaux sociaux, la limite entre ce qui relève de la sphère privée et ce qui relève de la sphère publique n'est pas toujours aisément déterminable.

Ainsi selon la Cour d'appel de Rouen dans un arrêt du 15 novembre 2011 *« il ne peut être affirmé de manière absolue que la jurisprudence actuelle nie à Facebook le caractère d'espace privé, alors que ce réseau peut constituer soit un espace privé, soit un espace public, en fonction des paramétrages effectués par son utilisateur »*. En l'espèce, aucun élément ne permettait de dire que le compte Facebook tel que paramétré par la salariée ou par les autres personnes ayant participé aux échanges autorisait le partage avec les "amis" de ses "amis" ou tout autre forme de partage à des personnes indéterminées, de nature à faire perdre aux échanges litigieux leur caractère de correspondance privée[1] .

Dans un arrêt du 10 avril 2013, la chambre sociale de la Cour de cassation a également pu rappeler que *« les propos litigieux avaient été diffusés sur les comptes ouverts par une salariée tant sur le site Facebook que sur le site MSN, lesquels n'étaient en l'espèce accessibles qu'aux seules personnes agréées par l'intéressée, en nombre très restreint »*. Celles-ci formaient une communauté d'intérêts et donc les propos ne constituaient pas des injures publiques[2] .

Mais dans ce cas, il appartient au salarié de s'assurer et de justifier qu'il a limité l'accès à "son mur" afin de conserver à sa communication un caractère privé[3].

En revanche, les juges ont considéré que les propos étaient publics dès lors que le profil était ouvert aux "amis et leurs amis" (Cons. prud'h. Boulogne-Billancourt 19 novembre 2010, n° 10/00853).

Ainsi un employeur soutenant à tort que les messages qu'il avait diffusés sur Facebook avaient été obtenus par la salariée de manière déloyale, alors qu'ils avaient été émis sans restriction de destinataire sur le réseau social et qu'ils pouvaient ainsi être consultés de manière libre par toute personne a vu sa demande rejetée[4] .

La liberté d'expression est garantie par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen et par l'article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

« La limite à la liberté d'expression est atteinte dès lors que les propos tenus relèvent de l'injure, du dénigrement, de la diffamation ou de la divulgation d'informations confidentielles. »

EXPRESSION PUBLIQUE : UNE LIBERTÉ QUI NE SAURAIT DÉGÉNÉRER EN ABUS

La liberté d'expression des salariés en dehors de l'entreprise s'exerce ainsi pleinement, sauf abus qui ne peut être constitué que si le salarié profère des accusations mensongères envers l'entreprise avec intention de nuire.

Ainsi, les salariées qui avaient participé activement à une campagne de dénigrement menée contre leur employeur, qui avait ensuite entraîné la fermeture administrative du laboratoire avaient abusé de leur liberté d'expression[5].

De même, des propos qui ne sont étayés par aucun élément, tenus par un salarié à l'extérieur de l'entreprise dans le but de ruiner la réputation de l'employeur ne peuvent constituer l'exercice du droit d'expression prévu par l'article L. 2281-1 du Code du travail. Ils constituent des imputations caractérisant un abus de la liberté d'expression reconnue au salarié. Dans ce cas, le licenciement du salarié pour faute grave est justifié[6].

Enfin, il a été jugé que les correspondances adressées au président de la Chambre des notaires, à la caisse de retraite et de prévoyance et à l'URSSAF pour dénoncer le comportement de l'employeur dans la gestion de l'étude ne revêtaient pas un caractère privé et pouvaient être retenues au soutien d'une procédure disciplinaire. Le salarié a ainsi manqué à ses obligations dans des conditions outrepassant sa liberté d'expression qui justifiaient la rupture immédiate du contrat de travail[7].

En revanche, le fait d'adresser une lettre à un journal satirique pour dénoncer le comportement de son directeur sans utiliser de termes méprisants ou injurieux, mais en se bornant à exprimer la protestation du salarié contre l'exigence, jugée excessive par lui, de justifications de ses absences par son employeur ne peut motiver un licenciement pour faute grave[8].

De même, la diffusion auprès d'une localité d'une lettre ouverte adressée à la Direction, faite en dehors du temps de travail et dont le contenu n'est ni diffamatoire[9], ni excessif n'a pas un caractère abusif[10].

Dès lors, sauf abus, le salarié jouit, en dehors de l'entreprise notamment de sa liberté d'expression et il ne peut y être apporté que des restrictions justifiées par la nature de la tâche à accomplir et proportionnées au but recherché.

La limite à la liberté d'expression est atteinte dès lors que les propos tenus relèvent de l'injure, du dénigrement, de la diffamation ou de la divulgation d'informations confidentielles.

Une attitude trop critique du salarié peut alors constituer une cause réelle et sérieuse de licenciement, surtout si l'objectif recherché est de déstabiliser l'entreprise.

Mais en dehors de ces cas extrêmes et fort heureusement isolés de remise en cause de l'entreprise dans l'espace public, la question du respect de l'image et de la réputation de l'entreprise par ses salariés s'exprimant sur les réseaux sociaux demeure. Il est en effet courant qu'un salarié puisse s'exprimer à titre privé ou professionnel sur l'espace public de la toile en se prévalant de son appartenance à telle ou telle entreprise.

Aussi, les fonctions occupées par le salarié, son statut peuvent conduire l'employeur à encadrer l'utilisation des réseaux sociaux à titre professionnel, voire à titre privé.

POUR UNE UTILISATION RAISONNÉE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Le collaborateur astreint à des obligations contractuelles ou conventionnelles de réserve et de discrétion se doit d'être particulièrement vigilant sur la nature des informations communiquées sur les réseaux.

Citons à titre d'exemple, l'article 8.5.2 de la

(Suite page 58)

convention collective nationale des cabinets d'experts-comptables et de commissaires aux comptes qui prévoit expressément que les *« collaborateurs sont tenus, indépendamment d'une obligation de réserve générale, à une discrétion absolue sur tous les faits qu'ils peuvent apprendre en raison de leurs fonctions ou de leurs missions ainsi que de leur appartenance au cabinet. Cette obligation de réserve concerne exclusivement la gestion et le fonctionnement du cabinet et des entreprises clientes, leur situation financière et les projets les concernant ».*

Une telle obligation ne constitue pas l'apanage des professions réglementées. On peut admettre que la réserve et la discrétion soient de rigueur dès lors qu'un salarié s'exprime à titre professionnel ou personnel en associant directement, ou même indirectement, son image ou ses propos à son employeur.

Ainsi, une clause au contrat de travail ou une Charte d'utilisation du système d'information de l'entreprise annexée au règlement intérieur pourrait opportunément rappeler *« qu'à l'occasion de ses connexions professionnelles ou privées, le salarié s'interdit de participer à des forums de discussion ou à des dialogues synchrones ou asynchrones sur les réseaux sociaux sans disposer au préalable des autorisations internes nécessaires pour s'exprimer au nom de l'entreprise.*

De façon générale, le salarié s'engage, dans l'utilisation qu'il fait des réseaux sociaux à faire preuve de discernement afin de ne pas porter atteinte directement ou indirectement à l'image et la notoriété de l'entreprise d'une part, et à la dignité et à l'honneur de ses dirigeants, de ses salariés, associés [actionnaires] et de ses administrateurs d'autre part ». ■

(1) Cour d'appel de Rouen, Ch sociale, 15 novembre 2011 (Mylène E. / Vaubadis)
(2) Cour de cassation Première chambre civile Arrêt du 10 avril 2013 : (Catherine X. ; et autre / Maria-Rosa Y.)
(3) Cour d'appel de Besançon chambre sociale 15 novembre 2011
(4) Cour d'appel de Poitiers Ch, sociale, 16 janvier 2013 (Carine D. / Adeline T) : Preuve d'un lien de subordination
(5) Cour de cassation, ch sociale, 4 février 1997 (n° de pourvoi: 96-40678).
(6) Cour de cassation, ch sociale, 7 octobre 1997 (n° de pourvoi : 93-41747).
(7) Cour de cassation chambre sociale, 15 décembre 2009 (n° de pourvoi: 07-44264).
(8) Cour de cassation, ch sociale, 5 mai 1993 (n° de pourvoi: 90-45893).
(9) La diffamation est constituée par toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé (art. 29 Loi du 29 juillet 1881). L'injure est définie, pour sa part, comme toute expression outrageante, terme de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait.
(10) Cour de cassation, ch sociale, 12 novembre 1996 (n° de pourvoi: 94-43859).

LES RÉSEAUX SOCIAUX NUMÉRIQUES (RSN)
UNE STRATÉGIE DEVENUE INCONTOURNABLE DANS L'EXERCICE PROFESSIONNEL

Hélène MORATI → Expert-comptable – Commissaire aux comptes - Associée du cabinet C2C
Auteur du cahier pratique « Les réseaux sociaux dans l'exercice professionnel »

Développer une intelligence collective est devenu une nécessité.
Pivot de ces multiples enjeux, les réseaux sociaux en ligne fédèrent aujourd'hui des millions d'internautes autour d'intérêts communs. 68 % des français sont inscrits sur un réseau social numérique (RSN). Il est désormais inconcevable de tenter de contourner cette nouvelle forme de communication.
Afin de vous accompagner, l'IFEC a publié un cahier pratique d'Hélène Morati intitulé *« Les réseaux sociaux numériques dans l'exercice professionnel »*, véritable mode d'emploi pour l'Expert-comptable. Ce support se veut un guide de découverte et d'utilisation des réseaux sociaux, à des fins professionnelles et stratégiques.

Evoluant dans un contexte de plus en plus concurrentiel, l'Expert-comptable doit aujourd'hui relever plusieurs défis : différencier son offre de services, attirer et fidéliser les jeunes talents, résoudre de multiples difficultés techniques et professionnelles et combattre l'isolement…
S'approprier les RSN peut lui permettre d'asseoir ses choix stratégiques actuels et futurs.

Quels avantages peut-il retirer d'une présence sur un réseau social ? Quels en sont les objectifs ? Comment choisir un réseau social plutôt qu'un autre ? Comment réorganiser sa structure pour maximiser les retombées d'un tel projet ? Que doit-on faire et ne pas faire ?

Notre méthodologie pour comprendre les enjeux liés à l'utilisation des réseaux sociaux a vocation à offrir à l'Expert-comptable une vision globale et synthétique des multiples usages possibles des différents RSN.
Nous caractérisons l'environnement actuel des cabinets d'expertise comptable de taille humaine, les évolutions auxquelles ils doivent faire face et présentons le nouvel outil que sont les RSN.
Puis, nous évoquons les différents enjeux liés au positionnement de l'Expert-comptable sur un RSN en fonction de trois orientations stratégiques que sont la communication et le développement de clientèle, le recrutement et le partage de compétences. Enfin, nous prodiguons quelques conseils et recommandations pour la mise en œuvre d'un tel projet et proposons un outil destiné à accompagner le professionnel dans le choix d'un réseau social adapté à ses besoins, à ses moyens, à ses contraintes et optimisant la réalisation de ses objectifs stratégiques.

Ayant moi-même utilisé les RSN comme support de communication à différentes étapes de ma vie professionnelle, je souhaite partager mon expérience avec l'ensemble de ma profession.
Ce guide propose un accompagnement de l'Expert-comptable sur la voie d'une utilisation encadrée des RSN et d'une maîtrise des nouveaux codes de la communication qui leur sont associés.